

Без политики

Эту рубрику мы специально ввели для таких случаев – когда разобраться-то в ситуации надо и даже надо кого-нибудь обругать, но не хочется, чтобы во всем этом увидели политическую подоплёку.

Ну, какая, скажите на милость, политика в гламуре, допустим? Гламур в политике – это да, это мы понимаем! Это трудно не понять: гламур сегодня везде, он настолько естественно воспринимается большинством, что впору писать ему какое-нибудь душевное посвящение. Что-то вроде надгробного:

Спи спокойно! Уже

Если вспомнить о календаре, то получается, что чуть больше года прошло с тех пор, когда на дворе царил сплошной гламур. Ну, то есть сравнительно недавно еще все было как будто в стразах и розового цвета и... привет! А ведь, кажется, что уже прошла целая жизнь. А некоторым, наверное, – что и две.

В самом начале эпохи гламура, в 2003 году, я столкнулся с использованием в прежде неизвестном мне значении слова «просачивание». Приезжий московский экономист – мы, провинциалы, называем таких экспертами – говорил тогда о некоем законе «просачивания», срабатывающем в странах с высокими сырьевыми доходами. Суть закона, если коротенько, заключается в том, что богатства, вырученного продажей по благоприятным ценам ресурсов, постепенно становится так много, что «верхи» просто не могут его удержать, и оно начинает «просачиваться» вниз. И если благоприятная внешнеэкономическая конъюнктура длится достаточно долго, появляется шанс, что какая-то часть этого богатства достигает социального дна, становится доступной простым людям. Так и произошло у нас: легких денег однажды стало чрезвычайно много, часть их «упала в народ», и часть эта была, пусть и крошечной в абсолютных цифрах, но она была значительной для того, чтобы создать особый образ жизни, связанный с их тратой и, главное, чтобы его тиражировать в массовом сознании. И понеслась кривая по завалинкам!

Чудо «просачивания» привело попутно и к интересным метаморфозам моей личной исторической памяти. Вот если спросить, у кого с чем будет ассоциироваться эпоха гламура, то наверняка многие будут вспоминать что-нибудь дорогое, модное и, разумеется, блестящее или как минимум поблескивающее, бросающееся в глаза. А вот у меня сия прекрасная эпоха прочно ассоциируется с нищим. Причем со вполне конкретным нищим. Да-да. Объясняю...

На протяжении многих лет в Иркутске, у Троицкой церкви, что на углу 5-й Армии и Чкалова, просил милостыню мальчик Яша. Его хорошо знали студенты университета – рядом находится корпус с тремя университетскими факультетами – и жители окружающих домов тоже. И я его хорошо знал. Можно сказать, что мальчик Яша рос и трансформировался вместе со временем и прямо на моих глазах. Нищий мальчик Яша превратился сначала в просящего милостыню подростка, а потом в занимающегося тем же самым ремеслом юношу. И мы всегда здоровались и даже разговаривали – он почему-то любил рассказывать мне, что его опять «звали жениться», а он опять отказался. И проходя как-то мимо, я обнаружил, что Яша не просто просит милостыню, а слушает при этом неплохой CD-плеер.

- Вот оно, «просачивание!» - подумал я. А юноше сказал:

- Слушай, похоже, если нефть и дальше так будет расти в цене, то скоро я увижу тебя здесь с ноутбуком, играющим, пока клиентов нет, в компьютерные игры?!

Ну, то есть этот «навороченный» нищий представлялся и до сих пор представляется мне не иначе как символом тогдашней эпохи. Благополучно ушла она, исчез и Яша. Я не знаю, что с ним стало, но у церкви теперь другие нищие...

У эпохи гламура было, наверное, два идола, на алтари которых следовало приносить жертвы. Их имена Сексуальность и Молодежность. Секс, пожалуй, давно, со времен Фрейда, является фактической религией современного общества, а вот молодость как вторая религия – это безусловное достижение гламура.

Молодились все. Кто был немолод, тот подражал молодым. Большинство транслируемых средствами массовых коммуникаций (информационными, рекламными) жизненно-стилевых моделей имели сильный молодежный оттенок. Молодежный сленг стал частью политического лексикона. Процент эфирного времени, отведенного молодежным программам, молодежный компонент в печатной прессе – я уж не говорю об интернет-пространстве – в разы превышал общий процент людей младше 25 лет в стране. Расценки в молодежных клубах, расценки на популярные молодежные развлечения, например, на экстремальные виды спорта, говорили не столько о том, что молодежь легко расстается с деньгами (ибо не имеет семьи и обязательств), сколько о том, что она является чуть ли не самым обеспеченным классом.

Цены на выпивку в наиболее популярных электронных дансингах были выше, чем цены на выпивку в ресторанах для обеспеченных, солидных буржуа. Человеку между 20 и 30 годами в российских «точках роста» вроде Москвы, Петербурга и некоторых областных центров найти хорошо оплачиваемую работу в коммерческом секторе не составляло особой проблемы. По крайней мере, это было намного легче, чем людям среднего и, тем паче, предпенсионного возраста. Молодежи насчитывалось среди предпринимателей маловато, зато сами предприниматели выражали предпочтение в качестве своих работников видеть именно молодых, поскольку ценили работодатели не образование и опыт, а внутренние мотивации: готовность работать и зарабатывать, способность «слушаться старших», стремление сделать карьеру. Этих мотиваций молодым, конечно же, не занимать.

Что касается сексуальности, то гламурно-матовые СМИ даже активно создавали специальный образ нового денди, получившего название «метросексуал». Журналист Марк Симпсон придумал этот термин в 2002 году. Автор так описал своего героя: «Молодой человек с приличным доходом, живущий в столице (метрополии) или рядом – поскольку именно там расположены все лучшие магазины, клубы, спортивные центры и парикмахерские. Он может быть геем, гетеросексуалом или бисексуалом, но это совершенно неважно, так как его единственная сексуальная ориентация – любовь к самому себе и поиск наслаждений для себя». Очаровательно, не правда ли?!

Это действительно была великая эпоха, которую правильнее было бы назвать не гламурной, а «нефтегламурной». Правда, это будет, конечно, уже не так красиво, и к тому же в местах, где гламура было особенно много, никто никогда не видел никаких нефтяных вышек, но тем не менее... А потом случились плохо понятные обывателю проблемы с американским ипотечным бизнесом. А потом упала цена на нефть. А потом в наш лексикон вошло слово «кризис». А потом – «Пикалёво»... Коротко говоря, дальнейшее – хорошо известно, потому как то, что сейчас, это ведь и есть то самое дальнейшее!

Интереснее другое: что нас ждет в будущем. А будущее это очень часто и очень многим видится как некий приз в виде возвращения именно гламура. Это своеобразный приз за терпение. Мол, потерпим, и все вернется. И вот это, наверное, ошибочно. Второй эпохи гламура, судя по всему, не будет. Секс и молодость (да и рок-н-ролл!), понятно, останутся – куда же без них? – но гламур уже вряд ли вернется.

Жизнь без гламура обычно представляют как «жизнь по средствам». Это справедливо. Я бы даже пошутил: раз «жить не во лжи» все никак у нас не получается, следует попробовать жить по средствам. Тем более что так, видимо, придется жить долго!

Автор: Сергей Шмидт © Babr24.com ОБРАЗОВАНИЕ, ИРКУТСК 👁 9427 20.11.2009, 11:53 👍 684

URL: <https://babr24.com/?ADE=82305> Bytes: 7189 / 7182 Версия для печати Скачать PDF

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

ДРУГИЕ СТАТЬИ В СЮЖЕТЕ: ["ИРКУТСКИЕ КУЛУАРЫ"](#)

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)
- [Джем](#)
- [ВКонтакте](#)
- [Одноклассники](#)

Связаться с редакцией Бабра в Иркутской области:
irkbabr24@gmail.com

Автор текста: **Сергей Шмидт**.

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot
Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь
Телеграм: @bur24_link_bot
эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова
Телеграм: @irk24_link_bot
эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская
Телеграм: @kras24_link_bot
эл.почта: krsyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская
Телеграм: @nsk24_link_bot
эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: @tomsk24_link_bot
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @babrobot_bot
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)